

全城共读一本书 画作登上广告牌 机场开辟“博物馆” 地铁变身小舞台

各国妙计,将艺术引入生活

疏 影

自1月7日起,舒缓的古典音乐开始陪伴北京“地铁族”们快乐出行——北京地铁10条线路的160个车站,每天分5个时段播放古典音乐作品。

在国外,在地铁等公共场所播放古典音乐已不是新鲜事。为了让文化艺术走到人们的身边,不少城市拿出了充满创意和智慧的好点子。

美国:全城共享一本书好

美国人有崇尚阅读的良好传统,由美国国会图书馆图书中心发起的“一书一城”公共阅读活动受到民众的热烈欢迎。

芝加哥自2001年起开展“一书一城”阅读活动,一直堪称典范。每年的春秋两季,芝加哥公共图书馆都会推荐一本好书,在1个月的时间里通过集中组织读书讨论会、学术演讲、作者访谈、展览、电影放映等多种形式把社区居民聚集到一起,共同阅读这本书。

2013年,芝加哥的“一书一城”活动更加深入。芝加哥公共图书馆只推荐了一本书——伊莎贝尔·维尔克森的普利策获奖作品《别处的温暖》,但把阅读活动从过去的1个月延长至一整年。

《别处的温暖》讲述了1915年至1970年间大批美国人从南部移民至芝加哥的历史故事。芝加哥公共图书馆

理事布莱恩·巴隆说:“这本书为2013年4月至2014年3月的阅读年定下了主题,即移民如何塑造并持续塑造芝加哥。”除了《别处的温暖》,每位芝加哥市民都有机会阅读该主题下的其他相关书籍,聆听讲座,观看电影、舞台表演,全方位地深入领悟并挖掘这一主题。

“希望通过这一整年的阅读,每一位芝加哥人都能意识到,上一辈人如何塑造了芝加哥,并把芝加哥建设成最能体现美国精神的城市之一。”巴隆说。

英国:2.2万个广告牌展示画作

“如果我们不能让一个大街上的普通人走进美术馆,那么至少可以让美术馆中的画作走上街头。”这一想法让英国成就了世界上规模最大的画展。

2013年8月12日至25日,一项名为“艺术随处可见”的公益活动在英国全境推出。两周时间内,57幅由民众投票选出、英国公共机构收藏的知名艺术作品被印制成海报,出现在英国各地的2.2万个广告牌上,约90%的英国人欣赏了这些作品。在伦敦,约2000辆市内公交车和1000辆出租车的壳壳也被艺术海报装饰一新,成为街头的流动风景。同一时间开展的还有摄影比赛。人们只需用手机拍下有创意的艺

术作品广告牌,上传到活动的官方微博即可。

英国雕塑家科妮莉亚·帕克认为,“艺术随处可见”是同类公共艺术展览中最优秀的一个。“我很喜欢这次活动的创意,人们不用购买,只需观赏,很多平日里不去美术馆的人也感受到了艺术的魅力。”帕克说。

法国:机场开辟“博物馆空间”

法国戴高乐机场是欧洲第二大机场。2013年1月,机场航站楼内开辟出一块占地250平方米的“博物馆空间”,专门用于展示艺术品。“博物馆空间”向所有旅客免费开放,每半年更换展览。保守估计,作为推广法国文化的独特场所,“博物馆空间”每年将有60万至80万参观者,这一数字接近法国罗丹博物馆年参观人数的一半。

目前,“博物馆空间”已举办了两场主题展。揭幕展展出了罗丹博物馆的50件馆藏大师原作。为了与机场相呼应,该展览名为“罗丹,荣誉的翅膀”,专门展出了一些带有翅膀的雕塑作品,此外,一些耳熟能详的作品如《思想者》、《吻》和《青铜时代》等也在展出之列。2013年6月至今年1月,“博物馆空间”迎来法国画家兼视觉艺术大师让·杜布菲的作品展。

巴黎机场公司董事长兼首席执行官奥古斯丁·德·荷马奈表示:“‘博物馆空间’的每一场展览都是独一无二的。这是这块推广法国文化遗产的新辟区域的诱人之处。我们希望能让全世界途经巴黎戴高乐机场的旅客感到惊喜并惊叹。”

韩国:打造地铁文化空间

作为韩国第二大城市,釜山平均每天有90万人搭乘地铁出行,占城市总人口的24%。2013年9月,韩国釜山交通公社宣布,釜山地铁进入“文化都市地铁时代”,地铁列车和车站将被打造成多元文化空间,以拉近市民与文化的距离,让地铁从单纯的交通工具变为市民接触文化的空间。

釜山的20个地铁站结合相应的历史、文化,被改造成为主题车站。寿安站被打造成壬辰倭乱历史馆,连山站变身常设演出场馆,水营站成为文化讲座举办场所……为了支援釜山国际电影节、釜山艺术双年展、影岛大桥陶器节等地方文化节庆,地铁列车的宣传栏将成为广告牌,为活动造势。同时,釜山交通公社还考虑在列车内部举办小型演出活动。此外,为乘客播放音乐广播节目、开发地铁釜山环游路线等计划也在有序推进。

中华《武·艺》沸腾了“彩虹之城”

本报记者 王 位 文/图



开场舞《欢天喜地》

被誉为“彩虹之城”的开普敦是南非的立法首都和第二大城市,中国深圳福田艺术团2014“欢乐春节”非洲三国巡演从这里开始。当地时间1月16日,《武·艺生辉到南非》文艺演出惊艳亮相开普敦桌湾酒店。南非外交部副部长弗兰茨曼、中国驻开普敦总领事梁梳根、开普敦市副市长尼尔森、开普敦中国和平统一促进会会长胡建华等约350位中非友人欢聚一堂,共同感受马年新春欢乐和谐的喜庆氛围。

是夜,月色如醉。浪漫的景色中,中国艺术团远道而来的这份真情更加动人。热力四射的歌舞、神秘莫测的魔术、悠扬婉转的民乐演奏、技艺高超的武术表演……中国艺术家们不顾旅途劳顿,纷纷亮出拿手好戏,俘获了大批南非“粉丝”。《欢天喜地》舞如其名。5位年轻漂亮的演员伴着音乐甫一出场,便让非洲朋友体会到了中国人过春节

时的欢乐气氛,劲道有力的表演引发了热情的掌声。《二泉映月》则展现出中国文化深邃内敛的一面。在如泣如诉的二胡演奏声中,女舞者们柔美沉静表演令人着迷,台下观众无不陶醉其中。

中华武术在南非人气极高。天津霍元甲文武学校的少年们带来了传统拳和太极拳表演。得知弗兰茨曼是一位地地道道的中国功夫迷后,武术演员们特别为他准备了一套太极拳服。主持人宣布了这个小惊喜,弗兰茨曼欣然上台试穿太极拳服,还顺势行了抱拳礼,随后连自己都忍不住笑了场。“我要让儿子学习中国武术!”他兴高采烈地说。

魔术和杂耍跨越了语言的鸿沟。深圳欢乐谷首席魔术师茹仙古丽的表演令人叫绝。为了增加演出的戏剧效果,她特别邀请了一位非洲观众登台互动。在非洲朋友的帮助下,一份报纸被撕成了碎片,但没等这位观众回到原位

站好,魔术师三两下便又让其完好如初。“天啊!这是怎么做到的?”刚刚还在优雅地撕报纸的当地女士的脸上顿时写满了惊讶的神情。当魔术师变出“中非友谊万古长青”的条幅时,全场观众立刻报以雷鸣般的掌声。天津市杂技团演员韩志强的《变脸》也有异曲同工之妙。一张张精美的脸谱瞬间变换,非洲观众目不转睛地欣赏,如潮的喝彩与欢呼随即涌来。

此外,二胡独奏《赛马》欢腾激昂,音舞诗画《十面埋伏》宛如天籁;男声独唱《WAKA WAKA》将全场带回了2010年南非世界杯的激情时刻,现场观众随着熟悉的音乐节拍舞动着身体;当地华人华侨代表演唱了《我和我的祖国》,情至深处,海外游子对祖国的浓浓思念令人心动。

应了一马当先的劲头儿,今年的春节也来得早。很多南非观众刚刚结

束了圣诞和新年假期,便立刻加入到欢度中国春节的队伍当中。“欢乐春节”演出于是成了一份最好不过的新年礼物。

值得一提的是,由于演出的场地比较特殊,所有观众都得站着观看。不过,整场演出进行的过程中,几乎无人提前离场,观众人数只增不减。演出结束后以后,不少人意犹未尽,围着中国演员合影。一位男士担心为自己拍照的朋友不够给力:“你到底拍好了没有啊?”反复确认好几次之后,才放心地把位置让给下一位等候的观众。

记者了解到,结束在开普敦的演出之后,深圳福田艺术团将奔赴约翰内斯堡和德班,举行剧场演出、庙会演出和旅游推介会等。随后,艺术团还将前往津巴布韦和赞比亚,为那里的非洲朋友和华人华侨送去新春的祝福。

弗兰茨曼与武术演员五行抱拳礼

中国观众为何爱看『夏洛克』

疏 影

2014年的前两周,一部英国电视剧成为中国互联网的热门话题。它就是由英国广播公司制作的迷你电视连续剧《神探夏洛克》第三季。目前,第三季已经完结,但网上有关“卷福”“花生”(中国剧迷对剧中两位主人公的昵称)以及未来剧情走向的讨论仍在继续。为何一部由英国人制作、讲述英国故事的电视剧能够如此广泛地调动东方人的胃口,风靡中国市场?

《神探夏洛克》在中国的观众缘,首先得益于该剧背后的文学作品。《神探夏洛克》取材于英国著名侦探小说家阿瑟·柯南·道尔所塑造的夏洛克·福尔摩斯形象,这位神探的传奇故事在中国可谓家喻户晓。福尔摩斯第一次“来到”中国是在1896年,梁启超创办的《时务报》选取了部分经典案例登载。20世纪80年代初,福尔摩斯以小说连载的形式重新在中国流行,再次引发人们的阅读热潮,市面上一度涌现了大量模仿福尔摩斯的小说。

几十年来,中国民众接触到的以福尔摩斯为蓝本的文学、电影、电视作品层出不穷。虽然人们对不同的呈现形式褒贬不一,但对于福尔摩斯这个虚构的人物总体持肯定态度。在中国人看来,福尔摩斯是智慧和勇敢的化身,他正义凛然,绝不屈从于恶势力;具有超凡的智慧和深刻的洞察力,总能从错综复杂的案情中找出关键线索,一步步揭开真相;在形象塑造上,无论是戴礼帽、穿西装、拿手杖、叼烟斗,还是穿猎装、戴猎鹿帽,福尔摩斯的一举一动都契合了中国民众对英国绅士的典型认知。可以说,福尔摩斯的形象超越了语言、文化、地域的界限,他既迎合了人们猎奇探险的心理需求,又反映了人们对真相的极致追求。

越是经典人物就越难做出新意,《神探夏洛克》却巧妙地化解了这一难题。有人说,《神探夏洛克》是新瓶装旧酒,不得不承认的是,中国观众对这个“新瓶”还是很买账的。该剧把时间背景从19世纪搬到了21世纪,让夏洛克及其助手华生与观众同处于一个时代,成功实现了与现实的贴近。剧中,夏洛克也不再是老气横秋的模样,摇身一变成集英俊、智慧于一身的完美“男神”。办案时,他除了依靠超人的观察力,还会借助手机、网络、GPS等先进技术辅助推理。在

生活中,他举止优雅、风度翩翩,拉得一手小提琴;他有着可爱的强迫症,骄傲自大但不讨人厌,多处对亲人、朋友表露温情……重新包装后的夏洛克不仅仅是一名侦探,更是一名偶像。

《神探夏洛克》在中国受到追捧还得益于制作方深谙电视剧的本土化之道。鉴于英国国内电视剧市场小,观众有限,《神探夏洛克》从制作伊始就瞄准国外市场,中国成为该剧开发海外市场的重点。让中国粉丝兴奋的是,英国广播公司授予中国该剧第三季的全球唯一同步跟播权,并且史无前例地提供了官方中文字幕。第三季第一集《空灵柩》在英国当地时间1月1日晚上9点首播,几个小时后,该剧就登陆了优酷网。不到24小时,点播量就已突破472万。而美国观众想看到此剧,则得等到1月19日。单是这两项本土化“福利”就足以让中国观众对该剧的好感倍增。



《神探夏洛克》剧照

环球人物

全世界有华人的地方,就有邵氏电影和TVB电视剧——

邵逸夫:让本土电影有尊严地放映

任 立

1926年,刚刚中学毕业的邵逸夫应三哥之邀,南下协助开拓南洋电影市场。说是“开拓市场”,其实就是到新加坡和马来西亚搞流动放映,扛着无声放映机和影片,深入到华侨众多的农场放露天电影。为了拍摄国内第一部有声电影《白金龙》,邵逸夫自己坐下来写剧本,两条腿被蚊虫叮咬得吃不了,只好打一桶水,把脚泡在水里。“如果有声电影最后搞不出来,那我就要去跳太平洋了!”多年后谈起当时的心境,邵逸夫这样说道。

上世纪50年代,香港百业兴盛,电影业也不例外。1957年,50岁的邵逸夫一到香港,便惊讶地发现,香港观众盲目崇拜国外影片,连电影院都实行“等级

制”,本土影片只能在较差的电影院放映。邵逸夫不信这个邪,他以实际行动改变了本土电影的地位。1958年,邵氏兄弟香港有限公司成立,并最早在香港推行电影明星制,造就了一大批大明星、大导演、名编剧。胡蝶、阮玲玉、李丽华、林黛、李翰祥、邹文怀、张彻,均出自邵氏门下。《天下第一拳》掀起了中国功夫片的热潮,发行到全球近百个国家和地区。

正当邵氏公司进入全盛之时,电影受到了电视的挑战。意识到这一危机之后,邵氏涉足发展迅速的电视行业,与香港无线电视(TVB)合作培训艺人,周润发、周星驰、梁朝伟、刘嘉玲等至今活跃于观众视野的巨星都出自该训练

班。或许可以这样说,在港资尚未全面启动北上掘金热潮之前,《上海滩》、《射雕英雄传》、《鹿鼎记》等邵氏作品的影响力便已先行进入内地。上世纪80年代,TVB电视剧在内地播出,引发万人空巷的盛况,至今仍被观众奉为经典。尤其值得一提的是,曾经风靡亚洲的“四大天王”,也是由邵逸夫一手策划。

邵逸夫在香港的影响力源自于他的影视王国,而在内地的好口碑更多是因为他的慈善捐赠。从1985年起,他平均每年向内地捐赠1亿多元,用于支持各项社会公益事业。据统计,他共向内地捐赠了47亿港元,兴建了6000多个教育和医疗项目。

有人说:全世界但凡有华人的地

方,就有邵氏电影和TVB电视剧。事实上,经典的影视形象不但是华人的集体回忆,而且对于传播中华文化功不可没,邵逸夫也因此成为世界级的文化名人。1974年,他荣获英国CBE勋衔。1977年,被英女王册封为爵士。1991年,美国旧金山市将每年的9月8日定为“邵逸夫日”。好莱坞鬼才导演昆汀·塔伦蒂诺深受邵氏电影的影响。“有一年,我每天都要观看最少一部邵氏电影,有时候是3部。”他说。

为了表彰邵逸夫对中国科学教育事业的巨大贡献,紫金山天文台曾将发现的2899号小行星命名为“邵逸夫星”。如今,叱咤纵横的巨星虽陨落,但其精神与情怀依旧璀璨夺目。